

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
NOTA DINAS	v
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Grand Theory	12
B. Persepsi	15
C. Konsumen	23
D. Sertifikat Halal	27
E. Kerangka Penelitian	32
F. Penelitian Terdahulu	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Lokasi Penelitian	36
B. Jenis Penelitian	36
C. Penentuan Informen	37
D. Sumber Data	38

	E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
	F. Teknik Analisis Data	39
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
	A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	42
	B. Data Informan	47
	C. Persepsi Konsumen di Waroeng Steak n Shake tentang Sertifikat Halal	49
	D. Pembahasan	58
BAB V	PENUTUP	62
	A. Kesimpulan	62
	B. Saran	62
	DAFTAR PUSTAKA	64
	LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Informan	48
-------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Populasi Muslim Indonesia Tahun 20202	5
Gambar 1.2 Top Brand Index Fase 2 2022	8
Gambar 2.1 Faktor Persepsi	20
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Waroeng Steak n Shake	45